



## Un dispositif médiatisé : le laboratoire multimédia

Judith Barna

### ► To cite this version:

Judith Barna. Un dispositif médiatisé : le laboratoire multimédia. Le Français dans le monde. Recherches et applications, 2002, numéro spécial, pp.165-169. hal-00998346

**HAL Id: hal-00998346**

**<https://hal.science/hal-00998346>**

Submitted on 1 Jun 2014

**HAL** is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

## **Un dispositif médiatisé : le laboratoire multimédia**

**Judith Barna**

*Le français dans le monde, Recherches et Applications*, Numéro spécial, CLE International, janvier 2002. p. 165-169.

Les laboratoires multimédia<sup>1</sup> en France ont connu, dans la seconde moitié des années 90, un succès fulgurant dans des établissements scolaires de l'enseignement secondaire et supérieur. Ils offrent des dispositifs médiatisés s'insérant dans une transformation de l'ensemble du processus d'apprentissage dont l'objectif est la diversification des ressources, des supports et des contenus pédagogiques afin de mieux répondre aux besoins individuels des apprenants. Néanmoins l'appropriation et l'usage adéquat de cet outil technique se heurtent à plusieurs obstacles, et nous sommes encore loin de l'amélioration qualitative de l'apprentissage que cet outil promettait explicitement ou implicitement. L'analyse socio-technique<sup>2</sup> de son implantation nous apporte quelques éléments d'explication des difficultés. Celles-ci, selon notre hypothèse, sont, au moins en partie, les conséquences du conflit entre la logique de cette implantation et les logiques des acteurs. Nous allons examiner le cas de l'entreprise Tecnilab, deuxième fournisseur des laboratoires multimédia en France, afin de nous appuyer sur un exemple réel de diffusion des innovations technologiques dans le domaine de l'éducation.

Tecnilab est une société européenne présente en Italie, en Espagne, en Allemagne, en France, à Hong Kong et dans les pays d'Amérique latine. Elle est représentée en France par VXCD Multimédia. La société a connu un fort développement ces dernières années, son chiffre d'affaires a augmenté de 20 millions francs entre 1998 et 2000. Elle a repris l'intégralité des activités d'OPELEM, constructeur français bien connu sur le marché de l'éducation. En répondant à un appel d'offres du Conseil Régional du Nord – Pas-de-Calais en 1998, cette entreprise, en 18 mois, a équipé d'un laboratoire multimédia environ 25 lycées de la région. Aujourd'hui elle indique que 29 universités et IUFM, 16 IUT, 12 grandes écoles, 96 lycées et 45 collèges utilisent ses dispositifs.

Cette réussite incontestable est due en premier lieu à la nature de l'offre de Tecnilab. En effet, la société ne propose plus un simple kit de 'produits', ce qui caractérisait l'offre des laboratoires traditionnels, mais un kit complexe de 'produits & services'. Ce kit contient des éléments appartenant à trois grandes catégories : (1) le laboratoire proprement dit (avec des ordinateurs en réseau, le poste d'enseignant, le serveur et le mobilier) ; (2) le service technique (avec maintenance curative ou évolutive) ; (3) le service pédagogique. Celui-ci est particulièrement développé puisqu'il assure aussi bien la formation des enseignants, en faisant appel à des institutions de renom comme l'université de Lille 3, que le conseil quant à l'achat des CD-ROM, en influençant ainsi les contenus pédagogiques.

---

<sup>1</sup> Un espace éducatif en réseau où l'on peut utiliser les sources audio, visuelles, textuelles ou informatiques à l'aide d'outils technologiques, notamment des lecteurs de cassettes, des magnétoscopes, des ordinateurs, des caméras de table, etc.

<sup>2</sup> « L'analyse socio-technique (...) se place à l'endroit précis où l'innovation se situe, dans cet entre-deux difficile à saisir où se mettent simultanément en forme la technique et le milieu social... » AKRICH, M. & CALLON, M. & LATOUR, B. (1988), "À quoi tient le succès des innovations, Première épisode : L'art de l'intéressement" in *Annales des Mines*, p.16.

L'implantation d'un kit aussi complexe implique une interaction entre un grand nombre d'acteurs qu'on peut identifier comme suit : le fournisseur, les usagers et les commanditaires. Le fournisseur tient entre ses mains, comme on l'a vu, tous les éléments d'un dispositif d'apprentissage et assure également sa présence dans la durée par des services payants : il intervient en cas de panne par l'intermédiaire de ses sous-traitants et renouvelle sur commande la formation des enseignants. Parmi les usagers il faut distinguer le formateur et l'apprenant. Les formateurs (enseignants, moniteurs ou tuteurs) suivent un stage pour apprendre à utiliser, par la suite, le dispositif d'une manière autonome. Les premiers points de rupture dans notre schéma socio-technique peuvent être détectés à ce moment-là. Les objectifs de ces stages sont démesurés : on attend d'un enseignant lambda qu'il soit capable de piloter le système, de prendre en main le système auteur, de savoir numériser des ressources, d'administrer à un niveau élémentaire un serveur, mais aussi qu'il soit sensibilisé aux enjeux liés à l'introduction du multimédia dans l'enseignement, et tout cela en trois jours. L'impératif d'apprentissage technique, du fait de la complexité de l'outil lui-même, renvoie au second plan l'intérêt pédagogique qui, par conséquent, n'est pas approfondi suffisamment. Les formateurs ne sont pas non plus préparés aux nouveaux rôles que le dispositif suggère. Il en résulte que, mis à part quelques enseignants particulièrement dévoués, peu de formateurs exploitent la riche potentialité du dispositif. Un autre élément potentiel de rupture réside dans le contenu de l'apprentissage, traditionnellement défini par l'enseignant. Le contenu peut ici être fourni par Tecnilab, sous forme de CD-ROM. En ce cas l'enseignant utilise un produit fini, choisi et commandé par une tierce personne. Il a également la possibilité de créer son propre matériel pédagogique, mais cela nécessite un investissement démesuré : « *Gregory Farrington, président de l'université de Lehigh aux Etats-Unis, estime que l'augmentation de travail liée à l'utilisation pédagogique des NTIC est d'environ 150 % supérieur par rapport aux formes magistrales.* »<sup>3</sup> La place de l'apprenant dans le schéma nous révèle d'autres points de rupture possibles : elle n'apparaît ni dans le projet des commanditaires, qui n'exige pas de projet pédagogique, ni dans l'offre du fournisseur, sauf comme une entité abstraite. L'apprenant reste entièrement en dehors du schéma, sa connexion au dispositif dépend de formateurs qui, comme on l'a vu, ne sont pas nécessairement en mesure de l'assurer d'une manière efficace.

L'implantation d'un laboratoire multimédia est très coûteuse, il est donc intéressant de se poser la question de savoir qui la commande et pour quelle raison. En fait, la propagation de ce dispositif est la conséquence directe d'une politique volontariste affichée depuis la publication du texte de référence de M. Quéré « Vers un enseignement supérieur sur mesure » en 1994 et suivie par le programme d'action gouvernementale : « Préparer l'entrée de la France dans la société de l'information » en 1998<sup>4</sup>. Ces discours politiques sont imprégnés d'un déterminisme technologique et présentent les NTIC comme des outils indispensables qui nous apporteront les améliorations tellement attendues. Il en découle qu'il n'existe pas de point de rupture entre le dispositif et les commanditaires, c'est-à-dire les pouvoirs publics, dont l'objectif était de garantir l'accès aux outils de NTIC à l'école.

Chacun de ces groupes d'acteurs agit et interagit selon des logiques qui sont propres aux sphères sociales qu'ils représentent.

<sup>3</sup> RUANO-BORBALAN, J.C. (2001), "Risques et promesses de l'e-éducation", in *Sciences Humaines*, Hors-série, n°32, p. 47.

<sup>4</sup> « La bataille de l'intelligence commence à l'école, où le développement des techniques de l'information et de la communication répond à un double objectif : (1) donner aux futurs citoyens la maîtrise des nouveaux outils de communication qui leur seront indispensables, (2) mettre les richesses du multimédia au service de la modernisation pédagogique. » Programme d'action gouvernementale, Préparer l'entrée de la France dans la société de l'information. (1998) <http://premier-ministre.gouv.fr/DOSACTU/enseig.htm>

Le fournisseur d'équipement appartient au monde industriel, il agit donc selon la logique de l'augmentation du chiffre d'affaires, tout en cherchant la qualité. Les stratégies mises en œuvre visent cet objectif. Le partenariat avec l'université de Lille 3, par exemple, visant à assurer la formation des enseignants, est un élément fort de légitimation, ce qui valorise ses produits et permet de renforcer sa position sur le marché.

Les acteurs institutionnels politiques aspirent à la modernisation, à la diminution des coûts, à la gestion efficace des problèmes de massification. Ils se réservent le rôle de régulateur et laissent l'organisation du service entre les mains des acteurs privés.

L'objectif commun dans la logique des usagers, qu'il s'agisse des formateurs ou des apprenants, est de chercher toujours à améliorer et à enrichir la pratique pédagogique.

En apparence il n'y a pas de contradiction entre ces logiques. Certes, comme on l'a vu, la logique industrielle et la logique institutionnelle se complètent harmonieusement, mais un conflit apparaît quand on veut prendre en compte la logique des usagers. Il faut en chercher l'explication à un autre niveau, au croisement de la logique des acteurs et de la logique du modèle de diffusion de l'innovation mis en œuvre.

Dans notre cas l'implication des usagers concernés par les innovations pédagogiques et utilisant des outils de NTIC reste réduite. En effet la logique de l'insertion de l'outil technique suit le modèle de la « diffusion »<sup>5</sup>, dans lequel la population potentielle des laboratoires multimédia est définie *ex ante*. L'enseignant et l'apprenant restent en dehors de la création et se trouvent dans la position de clients-usagers devant une offre définie et normalisée, en amont, par des acteurs institutionnels et industriels. Le modèle diffusionniste rend l'évolution de l'objet technique assez difficile du fait de l'incapacité de ce dernier à intégrer les souhaits et les besoins des usagers. Le fournisseur aurait tout intérêt à adapter son offre aux attentes des usagers afin d'améliorer la rentabilité de son activité, mais il est dépendant du commanditaire. De fait la société Tecnilab aurait souhaité mener une enquête pour obtenir un « feedback » sur l'utilisation du laboratoire multimédia, mais le Conseil Régional a refusé son financement.

Le processus d'intégration des outils technologiques comporte une longue phase d'indétermination dans les choix techniques ou pédagogiques durant laquelle tous les acteurs concernés mènent de délicates négociations visant à donner au projet technologique un contour clair. Ce n'est pas encore le cas pour le laboratoire multimédia. Il est encore dans l'état d'un objet valise, pour utiliser le terme de P.Flichy <sup>6</sup>, caractérisé par la confrontation ou la rencontre de l'imaginaire des différents acteurs sociaux. D'une part le commanditaire et le fournisseur, persuadés de l'utilité sociale de l'objet, proposent un dispositif technique, le laboratoire multimédia et imaginent des usages attestant cette utilité sociale : comment peut-on mieux lutter contre l'échec scolaire qu'avec un dispositif permettant la diversification et l'autonomisation du travail ? D'autre part les usagers pourraient apporter, selon leur imaginaire, des améliorations et des modifications concernant aussi bien l'usage que la technique. Toutefois la prise en compte de leur réaction reste limitée bien qu'elle ne soit pas inexistante : l'interface peu lisible des premiers laboratoires a par exemple été modifiée par la société, après que celle-ci eut écouté les avis des enseignants. En ce qui concerne l'usage, les innovations suivent, dans un premier temps, l'exemple des objets voisins avant

---

<sup>5</sup> Le modèle de la diffusion a été élaboré par ROGERS, E. (1963), *Diffusion of Innovations*, Free Press, New York. Akrich, Callon & Latour résument la théorie ainsi : « Le produit lancé sur le marché ou plus généralement offert aux utilisateurs finit, en vertu de ses qualités propres, par se répandre à travers la société par effet de démonstration. Ou bien les résistances finissent par céder, ou bien les temps ne sont pas mûrs et les usagers accusés d'être empêtrés dans leurs préjugés. (...) Ce qui ne saurait être remis en cause, c'est la technique et les choix auxquels elle a donné lieu. » in AKRICH, M. & CALLON, M. & LATOUR, B. (1988), "À quoi tient le succès des innovations, Première épisode : L'art de l'intéressement" in *Annales des Mines*, p.15.

<sup>6</sup> FLICHY, P. (1995), *L'innovation technique*, Editions La Découverte, Paris.

qu'apparaissent des usages complètement nouveaux. L'exemple le plus flagrant est le grand nombre d'exercices de type QCM retrouvés dans un grand nombre de CD-ROM. Mais, s'il y a un grand décalage entre le cadre de fonctionnement, défini par les diffuseurs, et le cadre d'usage, influencé essentiellement par les usagers, la stabilisation peut prendre encore plus de temps auquel cas l'innovation technologique a du mal à devenir une véritable innovation pédagogique.

Un autre élément à prendre en considération est le fait qu'un nouvel objet technique est rarement isolé. Il prend souvent place dans une « grappe d'innovations » (P.Flichy, M.Castells<sup>7</sup>). Le laboratoire multimédia s'ajoute à l'existant et ne le modifie pas considérablement si l'ensemble du dispositif pédagogique n'est pas restructuré. Encore une fois, la participation active des usagers dans le long processus de négociation pour articuler le cadre de fonctionnement et le cadre d'usage dans un système complexe nous paraît indispensable.

La politique volontariste des pouvoirs publics a fortement contribué à la propagation des laboratoires multimédias dans l'enseignement. Ce rôle rend-il incontournable le modèle de diffusion lorsqu'on sait que sa plus grande faiblesse est, selon D.Bougnoux<sup>8</sup>, d'oublier qu'« un espace de propagation n'est jamais vide » ?

---

<sup>7</sup> CASTELLS, M. (1998), *La société en réseau*, Fayard.

<sup>8</sup> BOUGNOUX, D. (1998), *Introduction aux sciences de la communication*. Ed. La Découverte, Paris.